التربية الإعلامية في الإعلام الرسمي العراقي مدخل لإعادة تشكيل السلوك الاتصالي في مواجهة المضامين المزيفة

وليد حمد شهاب شهاب
طالب دكتوراه، قسم إدارة إلاعلام ، جامعة الأديان والمذاهب
Wlydhmdshhab@gmail.com

الأستاذ المشرف: حسن شرعيات
جامعة فرهنكيان، طهران
h.shariyat@cfu.ac.ir

الأستاذة المساعدة: فائزه فرهودى
جامعه الاديان و المذاهب
f.farhudi@urd.ac.ir

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، الإعلام الرسمي، المضامين المزيفة، السلوك الاتصالي.

كيفية اقتباس البحث
شهاب، وليد حمد شهاب ، حسن شرعيات، فائزه فرهودى ، التربية الإعلامية في الإعلام الرسمي العراقي مدخل لإعادة تشكيل السلوك الاتصالي في مواجهة المضامين المزيفة،مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، تشرين الثاني ٢٠٢٦، المجلد:١٦ ،العدد:١١ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف والنشر (Creative Commons Attribution) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث ومشاركته مع الآخرين بشرط نَسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو استخدامه لأغراض تجارية.

مفهرسة في Indexed
IASJ

مسجلة في Registered
ROAD

Media Literacy in Official Iraqi Media: An Approach to Reshaping Communicative Behavior in Confronting Fake Content

Waleed Hamad Shehab
PhD Candidate, Department of Media Management, Faculty of Media and Public Relations, University of Religions and Denominations
Wlydhmdshhab@gmail.com

Supervisor:
Hasan shariyat Farhangian
University, Tehran
h.shariyat@cfu.ac.ir

Advisor: Fa'ezeh Farhudi
University of Religions and Denominations
f.farhudi@urd.ac.ir

Keywords : Media literacy, official media, fake content, communication behavior.

How To Cite This Article
Shehab, Waleed Hamad , Hasan shariyat Farhangian Fa'ezeh FarhudiMedia Literacy in Official Iraqi Media: An Approach to Reshaping Communicative Behavior in Confronting Fake Content, Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, November 2026,Volume:16,Issue 11.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

Abstract:

This research examines the role of media education in official Iraqi media as a means to reshape communicative behavior in combating fake content. The study revolved around two main aspects: The first is an analysis of the current reality of media literacy initiatives in Iraqi media

institutions, where the results revealed their reliance on improvised frameworks and the absence of a comprehensive national policy, in addition to major obstacles such as a lack of material and human resources, weak digital culture, political interference, and deteriorating public trust. The second aspect evaluated the impact of these efforts on the audience, finding that they have a positive but limited effect, manifested in raising awareness, spreading critical habits among individuals, and improving knowledge of source verification methods. The study also noted the beginning of a tangible behavioral shift among the audience, reflected in a change in how they interact with news content, showing a greater tendency to verify news, report suspicious content, and adopt behaviors such as "silent withdrawal" or unfollowing untrustworthy accounts. The study adopted a qualitative methodology by conducting interviews with a sample of four university professors

المستخلص:

يتناول هذه البحث دور التربية الإعلامية في الإعلام الرسمي العراقي كوسيلة لإعادة تشكيل السلوك الاتصالي لمكافحة المحتوى المزيف. وتمحور البحث حول جانبين رئيسيين: الأول تحليل الواقع الحالي لمبادرات محو الأمية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية العراقية، حيث كشفت النتائج عن اعتمادها على أطر ارتجالية وغياب سياسة وطنية شاملة، بالإضافة إلى معوقات كبيرة مثل نقص الموارد المادية والبشرية وضعف الثقافة الرقمية والتدخل السياسي وتردي ثقة الجمهور. أما الجانب الثاني فقيم تأثير هذه الجهود على الجمهور، ووجد أن لها تأثيراً إيجابياً لكنه محدود، تمثل في تعزيز الوعي ونشر العادات النقدية بين الأفراد وتحسين المعرفة بطرق التحقق من المصادر. كما لاحظت الدراسة بداية ظهور تحول سلوكي ملموس لدى الجمهور يتجلى في تغيير طريقة تفاعله مع المحتوى الإخباري، حيث أصبح أكثر ميلاً للتحقق من الأخبار والإبلاغ عن المحتوى المشبوه واعتماد سلوك "الانسحاب الصامت" أو إلغاء المتابعة للحسابات غير الموثوقة. واعتمدت الدراسة في منهجها على التحليل النوعي من خلال إجراء مقابلات مع عينة من أربعة أساتذة جامعيين.

المقدمة:

أصبح انتشار المعلومات اليوم أوسع وأسرع من أي وقت مضى، إذ أصبح التواصل تجربة عالمية من خلال التقنيات الرقمية، من ناحية أخرى جلب هذا المنظور معه تحديات كبيرة

من بينها الاهتمام بالأخبار الكاذبة، والتي أحدثت آثاراً اجتماعية وسياسية وثقافية عميقة، فقد أصبح مصطلح الأخبار الكاذبة مستخدماً على نطاق واسع في وسائل الإعلام والخطاب السياسي والأكاديمي، وحيث أصبح الانتشار الواسع للمعلومات المضللة مصدر قلق عالمي، يجري اقتراح تحسين قدرة الناس على التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة من خلال برامج تثقيفية إعلامية مناسبة، إذ يُعدّ نهج محو الأمية الإعلامية الذي يُطوّر أنشطةً نقدية وسيلةً فعّالة للتعامل مع الأخبار الكاذبة، يُعلّم هذا المستوى أساليبَ الفحص والتأكد من المصادر وتحديد موضع الرواية، مما يُقلّل من احتمالية تضليل الناس أو التلاعب بهم.

مشكلة البحث:

تشكل المضامين الزائفة خطراً جسيماً على مواجهة التحديات العالمية لقدرتها على تقويض الثقة في المؤسسات، وتكمن خطورتها في صعوبة تمييزها بسبب ضعف الوعي الإعلامي والتحيزات الفكرية. لذلك، يُعد الوعي المعلوماتي والتربية الإعلامية سلاحاً أساسياً لمواجهة هذه الظاهرة. وبسبب ضعف التربية الإعلامية في المجتمع العراقي، أصبحت بيئته خصبة لانتشار المحتوى المزيف، مما دفع الدراسة إلى هدف رئيسي هو تطوير إطار معرفي لمواجهة هذه المضامين عبر التربية الإعلامية. ويمكن صياغة المشكلة في السؤال التالي:

كيف تساهم التربية الإعلامية في الإعلام الرسمي العراقي في إعادة تشكيل السلوك الاتصالي في مواجهة المضامين المزيفة؟

ويتفرع عنه الأسئلة الفرعية التالية:

١. ما هي الأطر والاستراتيجيات والتحديات الحالية لتطبيق مبادرات محو الأمية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية العراقية الرسمية الهادفة إلى التأثير على سلوك التواصل العام؟

٢. كيف تؤثر جهود محو الأمية الإعلامية المنشورة عبر وسائل الإعلام العراقية الرسمية على قدرة الجمهور العراقي على التمييز النقدي والاستجابة لسلوكيات التواصل في تحديد المحتوى المزيف ومواجهته؟

أهداف البحث:

الهدف الرئيسي:

التعرف على مساهمة التربية الإعلامية في الإعلام الرسمي العراقي في إعادة تشكيل السلوك الاتصالي في مواجهة المضامين المزيفة.

الأهداف الفرعية:

١. معرفة الأطر والاستراتيجيات والتحديات الحالية لتطبيق مبادرات محو الأمية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية العراقية الرسمية الهادفة إلى التأثير على سلوك التواصل العام.

٢. التعرف على جهود محو الأمية الإعلامية المنشورة عبر وسائل الإعلام العراقية الرسمية على قدرة الجمهور العراقي على التمييز النقدي والاستجابة لسلوكيات التواصل في تحديد المحتوى المزيف ومواجهته.

أهمية البحث:

- الأهمية النظرية

تهدف الدراسة إلى تطوير إطار معرفي لمواجهة المحتوى المزيف باستخدام التثقيف الإعلامي، من خلال تحديد استراتيجيات وتحديات تطبيق محو الأمية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية العراقية، وقياس تأثير هذه الجهود على قدرة الجمهور العراقي في التمييز النقدي للمحتوى وتحديد المحتوى المزيف ومواجهته بشكل فعال.

- الأهمية العملية

يمكن لنتائج البحث أن تساعد القائمين على الإعلام الرسمي العراقي على تحديث موقفهم من المضامين المزيفة ومواجهتها، وتدفعهم إلى تبني استراتيجيات وسياسات إعلامية أكثر جدوى وفعالية من سابقاتها في التعامل مع المضامين المزيفة.

منهجية البحث:

طبق المنهج النوعي بالاعتماد على المقابلات كأداة لجمع البيانات من عينة من ٤ أساتذة جامعيين.

الدراسات السابقة:

دراسة (ضيف، ٢٠٢٤) بعنوان: التربية الإعلامية والتصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية: نموذج عملي للتصدي[١]

تناولت الدراسة الثقافة الإعلامية كأداة لمواجهة الأخبار الكاذبة على وسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على مهارات الاختيار والتفكير النقدي والتحليل .باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، صاغت الدراسة نموذجًا عمليًا يبدأ بدقة انتقاء مصدر الخبر، ثم تحليله ونقده للكشف عن محتواه، مما يمكن المستخدم من تقديم بديل يمثل الحقيقة. وبهذه الطريقة، يتحول المستخدم من متلقٍ سلبي إلى طرف فاعل في التصدي للأخبار الكاذبة.

دراسة (الربابعة، ٢٠٢٢) بعنوان: دور التربية الإعلامية في التوعية من خطر الشائعات لدى الشباب الأردني[٢].

هدفت الدراسة إلى تقييم دور التربية الإعلامية في مواجهة الشائعات لدى الشباب الأردني، باستخدام المنهج الوصفي الكمي عبر استبانة شملت ٢٠٠ فرد. وأظهرت النتائج أن التربية الإعلامية تؤدي دورًا فعالاً في مواجهة الشائعات وتحليلها موضوعيًا، وكشف دوافع مروجيها. كما بينت عدم وجود علاقة بين طبيعة التعليم أو مستوى الدخل وتحقيق أهداف التربية الإعلامية المرجوة.

دراسة (De Almeida, Enjiu, Júnior , Sousa, & Costa, 2025) بعنوان: التعليم الإعلامي ومكافحة الأخبار الكاذبة: إعداد الطلاب للتفكير النقدي[٣].

توضح الدراسة دور التثقيف الإعلامي في تعزيز التفكير النقدي وتمكين الطلاب من تحليل المعلومات الكاذبة وتنمية موقف أخلاقي تجاه استهلاك المحتوى الإعلامي. اعتمدت الدراسة على مراجعة الأدبيات بين ٢٠١٥ و٢٠٢٤ باستخدام تحليل باردين، وتناولت مفاهيم التثقيف الإعلامي وتأثيرات الأخبار الكاذبة والاستراتيجيات التربوية والعوائق التطبيقية. وأظهرت النتائج أن دمج التثقيف الإعلامي في المناهج أساسي لتكوين مواطنين ناقدين قادرين على مواجهة تحديات المجتمع الرقمي.

دراسة (Frau-Meigs, Corbu, & Osuna-Acedo, 2025) بعنوان: مكافحة التضليل الإعلامي من خلال محو الأمية الإعلامية: من الممارسات الحالية إلى صنع السياسات في أوروبا[٤]:

في إطار المشروع الأوروبي"YouVerify" ، تناولت الدراسة مكافحة التضليل الإعلامي عبر محو الأمية الإعلامية من الممارسات الحالية إلى صنع السياسات في أوروبا. وباستخدام منهجية المقابلات المعمقة مع ٣٠ خبيراً من فرنسا ورومانيا وإسبانيا، توصلت إلى إجماع المشاركين على أن تعزيز الممارسات الحالية أمر إلزامي للمستقبل. كما كشفت عن اختلاف أولويات الحلول بين الدول: ففي فرنسا يركز الخبراء على تدقيق الحقائق وجودة الصحافة وتنظيم الإعلام، بينما يركز نظراؤهم في رومانيا على البحث والتثقيف، وفي إسبانيا على حملات التثقيف والتوعية. واتفق جميع الخبراء عبر الدول الثلاث على اعتبار محو الأمية الإعلامية أداة أساسية للسياسات المستقبلية في هذا المجال.

المبحث الأول

الإطار النظري

أولاً: المضامين المزيفة

١. المضامين المزيفة

المضامين المزيفة معلومات مُلفّقة تُحاكي محتوى وسائل الإعلام الإخبارية شكلاً، ولكن ليس في العملية التنظيمية أو القصد، وتفتقر وسائل الإعلام الإخبارية الكاذبة بدورها إلى المعايير والإجراءات التحريرية المتبعة في وسائل الإعلام الإخبارية لضمان دقة المعلومات ومصداقيتها، وتتداخل الأخبار الكاذبة مع اضطرابات معلوماتية أخرى مثل التضليل (المعلومات الكاذبة أو المُضللة) والتضليل الإعلامي (المعلومات الكاذبة التي تُنشر عمداً لتضليل الناس). [٥]

أشار قاموس كولينز البريطاني إلى مصطلح المضامين المزيفة ووصفه بأنه "معلومات كاذبة، غالبًا ما تكون مثيرة، تُنشر تحت ستار التقارير الإخبارية، وبالمقابل قدمت المفوضية الأوروبية تعريف أعمق حيث عَرّفت التضليل الإعلامي بأنه نظام بيئي لإنتاج ونشر واستهلاك معلومات كاذبة أو غير دقيقة أو مضللة مُصممة للتسبب في ضرر عام أو لتحقيق الربح[٦].

٢. تأثير المضامين المزيفة:

يتزايد انتشار الأخبار الكاذبة بشكل كبير بفضل التقنيات الحديثة وتغير المشهد الإعلامي العالمي. يمكن أن يكون لهذه المعلومات عواقب وخيمة على البيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، ويستحيل اتخاذ قرارات صائبة عند توفر معلومات كاذبة أو مضللة أو مشوهة أو ملفقة على الإنترنت، ويمكن تحديد العديد من الآثار المحتملة لهذه المعلومات بما في ذلك[٧]:

التأثير على الأفراد: تسبب الشائعات ضرراً نفسياً واجتماعياً للأشخاص عبر المضايقات والتهديدات على وسائل التواصل الاجتماعي.

التأثير على الصحة: تشكل المعلومات الصحية المضللة خطراً على حياة الناس، مما دفع منصات التواصل إلى تعديل سياساتها للحد من انتشارها.

العواقب المالية: تستخدم الأخبار الكاذبة في المجال الاقتصادي للتلاعب بالأسواق، مما يؤدي إلى خسائر مالية وضرر بسمعة الشركات وتشجيع الممارسات غير الأخلاقية.

التداعيات السياسية: كان للأخبار الكاذبة دور مؤثر في العمليات الديمقراطية، كما حدث في الانتخابات الرئاسية الأمريكية.

ثانياً: الأطر الإعلامية

١. مفهوم الأطر الإعلامية

تُقدّم نظرية الأطر الإعلامية للجمهور ما يُسمى بالإطار، الذي يؤثر على قرارات المجتمع بشأن معالجة المعلومات، والأطر أعمالٌ تجريدية تُنظّم معنى الرسالة، ولذلك تُستخدم غالباً في وسائل الإعلام التي تُعتبر إعلاماً ثانوياً، وبهذا المعنى لا تُعبّر هذه الأطر عن رأي الجمهور فحسب، بل تُحاول أيضاً إظهار مشاعرهم تجاه الموضوع[٨].

والأطر الإعلامية هي أنماط مشتركة للتفسير الاجتماعي تساعد الإعلاميين على اختيار المعلومات وتنظيمها، تظهر هذه الأطر في المحتوى الإعلامي وتتأصل في أذهان المتلقين كبُنى معرفية، وهي نتيجة عملية تأطير تتفاعل فيها أطر التواصل الاستراتيجي مع الأطر الصحفية، مما يؤثر على تصورات المتلقين ومواقفهم ومشاعرهم وسلوكياتهم وتفسيراتهم لقضية ما[٩].

٢. أطر وقواعد تطوير التربية الإعلامية

ويتطلب النجاح في تعزيز التعليم الإعلامي وتحسين ثقافة الإعلام تطبيق مجموعة من القواعد والأطر التي نصوغها على النحو التالي[١٠]:

١. وضع معايير حكومية واضحة لمحو الأمية الإعلامية ودمجها في المناهج الدراسية.
٢. تأهيل الكادر التعليمي وتوزيع مسؤولية التدريس على المعلمين وأمناء المكتبات.
٣. تقديم مناهج متعددة الأساليب سواء كمادة مستقلة أو عبر التكامل بين التخصصات.
٤. توفير البنية التحتية والتقنيات الحديثة من مرافق ومواد تعليمية متطورة.
٥. ضمان الشفافية في التقييم من خلال الرصد والإبلاغ عن النتائج لتحسين الجودة.

ثالثاً: التربية الإعلامية

١. مفهوم التربية الإعلامية

التربية الإعلامية أو محو الأمية الإعلامية يتمثل في قدرة المواطن على الوصول إلى المعلومات وتحليلها وإنتاجها لتحقيق نتائج محددة، ويُنظر إلى محو الأمية الإعلامية على أنه عملية التفاعل مع وسائل الإعلام من خلال تطبيق عدد من المهارات والقدرات، ويشمل تعليم محو الأمية الإعلامية التدريس والتعلم اللذين يُركِّزان على هذه العملية[١١].

التربية الإعلامية تعني القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية وفهمها نقدياً وعدم التفاعل معها بسلبية، كما تتضمن القدرة على إنتاج المحتوى الإعلامي نفسه. وقد أكدت المنظمات المختصة على أن هذه الثقافة أصبحت ضرورة ملحة في عصرنا الحالي، مما يستدعي الجهات المعنية إلى العمل على تعزيزها وتطبيقها على أرض الواقع.[١٢].

٢. مكونات التربية الإعلامية:

تُعرّف السياقات بأنها المساحات المادية والمؤسسية التي تتفاعل فيها الأطراف الفاعلة لتحقيق هدف وظيفي، وتشمل السياق الشخصي المتعلق بحياة الفرد الخاصة، والسياق العائلي ضمن العلاقات الأسرية، والسياق التعليمي في المؤسسات التعليمية الرسمية، والسياق الإعلامي الناتج عن تفاعل الأفراد مع وسائل الإعلام، والسياق المدني حيث يمارس المواطنون أنشطتهم العامة وفق حقوقهم وواجباتهم، حيث يحدد كل سياق شروطاً محددة للوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها وتنظيمها.

- **الجهات الفاعلة:** أفراد وجماعات ومؤسسات ذات مكانة ودور محددين في سياق معين، وتُحدد هذه الجهات الفاعلة بمعايير مختلفة ترتبط بسمات الشخص وأدواره ووضعه وشخصياته المؤسسية ووظيفته الاجتماعية.
- **الكفاءات:** وتمثل مجموعة من المهارات والقدرات التي تُمكّن جهات فاعلة معينة من أداء وظيفة محددة، ولكل جهة فاعلة ومجال مهارات محددة.
- **العمليات:** أنشطة مرتبطة بجميع العناصر المذكورة أعلاه.
- **المجالات:** مجالات النشاط والعمليات التي تجمع في سياق معين جهات فاعلة مختلفة ذات أهداف محددة[١٣].

رابعاً: السلوك الاتصالي

التواصل نشاط هادف ينبثق من نظام المعايير والقواعد الاجتماعية ويهدف إلى تفاعل الناس ونقل المعلومات وتحقيق التفاهم المتبادل. يتم تحديد السلوك التواصلي من خلال ثلاثة مستويات مترابطة: المستوى التواصلي وهو التواصل باستخدام اللغة والتقاليد الثقافية لتبادل المعلومات وتحقيق التفاهم، والمستوى التفاعلي الذي يبني علاقات بين الأفراد بناءً على خصائصهم الشخصية وإدراكهم للمواقف، والمستوى الإدراكي الذي يمكن من التقارب المتبادل من خلال قدرة الفرد على قراءة الحالات المزاجية للشركاء وتحسين عملية الإدراك. يعتمد هذا السلوك في الأساس على الكفاءة التواصلية التي تشمل معرفة أنظمة التواصل الرمزية والمعرفة الشخصية المكتسبة من التجربة بالإضافة إلى المعرفة الجماعية الناتجة عن الانتماء إلى مجموعة محددة.[١٤]

المبحث الثاني

الإطار العملي للبحث

جدول رقم (١) مقابلة أجراها الباحث مع أ.د.سالم جاسم محمد العزاوي.أستاذ كلية الاعلام. جامعة بغداد تخصص العلاقات العامة والصورة الذهنية.

رقم السؤال	رمز الباحث	نص المقابلة	استخراج المفاهيم مفتوحة	كود المحتوى
Q1	P01	غالبًا في العراق ما تكون أطر مبادرات محو الأمية الإعلامية داخل المؤسسات الإعلامية الرسمية، للأسف، ارتجالية وتفاعلية بدلًا من أن تُطوّر استراتيجيًا. تميل معظم الجهود إلى أن تكون قائمة على المشاريع، وغالبًا ما تكون مدفوعة بالتمويل الخارجي أو الشراكات الدولية، وغالبًا ما تُركّز هذه الجهود على مواجهة أزمات التضليل الفوري بدلًا من بناء مهارات التفكير النقدي طويل الأمد. هناك فجوة كبيرة في تطوير المناهج الدراسية المتخصصة أو الحملات المستدامة التي تصل إلى شرائح متنوعة من السكان بفعالية.	– الارتجالية والتفاعلية. –الاعتماد على التمويل الخارجي/الشراكات الدولية. – إعطاء الأولوية للاستجابة الفورية للمعلومات المضللة على حساب بناء المهارات الأساسية. – غياب برامج تعليمية منظمة لمحو الأمية الإعلامية.	A1 A2 A3 A4
Q2	P01	تفتقر المؤسسات الإعلامية إلى ميزانيات مخصصة وكوادر مُدربة خصيصًا لمحو الأمية الإعلامية. حيث تُمثل ندرة الموارد عائقًا رئيسيًا ماليًا وبشريًا كذلك ثمة مشكلة جوهرية تتعلق بثقة الجمهور وتشككه. مما صعّب على وسائل الإعلام الرسمية أن تُعتبر مصادر موثوقة لتثقيف محو الأمية الإعلامية. كما يُصعّب التطور السريع للمنصات الرقمية والحجم الهائل للمحتوى على الحملات الإعلامية الثابتة مواكبة الأشكال الجديدة من التضليل الإعلامي.	– نقص الموارد المادية والبشرية – ضعف ثقة الجمهور – التطور الرقمي	A5 A6 A7
Q3	P01	تقديري هو أن جهود الإعلام الرسمي كان لها تأثير محدود وإن كان جوهري على مهارات التقييم النقدي	تأثير محدود وجوهري عبر زيادة الوعي	

		لدى الجمهور، إذ كان التأثير الرئيسي هو زيادة الوعي بوجود الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة حيث أصبح الناس الآن أكثر ميلًا للتشكيك في العناوين الرئيسية المثيرة أو منشورات التواصل الاجتماعي غير الموثوقة.	بالأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة	A8
Q4	P01	لعل أبرز تحول في سلوك التواصل العام هو زيادة الحذر عند مشاركة المعلومات، وخاصةً على منصات التواصل الاجتماعي. فقد أصبح الناس الآن أكثر ميلاً للتوقف قليلاً قبل إعادة مشاركة المحتوى، خاصةً إذا بدا مثيراً للحساسية أو ذا طابع سياسي، وهو نتيجة مباشرة للتحذيرات التي تبثها وسائل الإعلام الرسمية. كما أن هناك زيادة طفيفة في رجوع الناس إلى القنوات الإخبارية الرسمية عند مواجهتهم ادعاءات مشكوك فيها على الإنترنت. ومع ذلك، لا يزال "الرد" النشط على المحتوى الكاذب، مثل التفنيد العلني أو الإبلاغ عنه، أقل شيوعاً.	التحذيرات التي تبثها وسائل الإعلام الرسمية الاعتماد على القنوات الإخبارية الرسمية	A9 A10

جدول رقم (٢) مقابلة أجراها الباحث مع د. عمر جياد الفهداوي استاذ تدريسي. جامعة الانبار. كلية الآداب. قسم الاعلام

رقم السؤال	رمز الباحث	نص المقابلة	استخراج المفاهيم مفتوحة	كود المحتوى
Q1	P02	تعمل المؤسسات الإعلامية العراقية الرسمية عمومًا ضمن إطار عمل وطني للاتصالات غير محدد بدقة فيما يتعلق بالتربية الإعلامية. لا توجد سياسة وطنية شاملة مخصصة أو توجيه على مستوى الوزارات خاص بالتربية الإعلامية يُلزم ببرامج شاملة ومؤسسية بل قد تضع المؤسسات إرشاداتها الداخلية الخاصة، والتي تتفاوت بشكل كبير في نطاقها وفعاليتها. غالبًا ما تتضمن الاستراتيجيات تعاونًا مع الهيئات التعليمية أو منظمات المجتمع المدني، ولكنها عادةً ما تكون غير ملزمة ومحددة بمشروع.	– غياب سياسة وطنية قوية ومخصصة للتربية الإعلامية. – محتوى محو الأمية الإعلامية غير مُدمج بشكل منهجي.	B1 B2
Q2	P02	يتمثل التحدي الرئيسي في ضعف القدرة على التعامل	ضعف القدرة على	B3

		مع مفاهيم الثقافة الإعلامية المعقدة بسبب انخفاض معدل الإلمام الأساسي بالقراءة والكتابة لدى شرائح معينة من المجتمع العراقي، ويضاف إلى ذلك نقصٌ في الثقافة الرقمية على نطاق واسع، ما يعني أن العديد من المواطنين لا يفهمون الآليات الأساسية لمشاركة المعلومات عبر الإنترنت. علاوة على ذلك، هناك غيابٌ لمنهج وطني موحد للثقافة الإعلامية في المدارس، مما يعني أن جهود وسائل الإعلام الرسمية غالباً ما تفتقر إلى الدعم من التعليم الرسمي.	التعامل مع مفاهيم الثقافة الإعلامية المعقدة نقصٌ في الثقافة الرقمية غيابٌ لمنهج وطني موحد للثقافة الإعلامية في المدارس	B4 B5
Q3	P02	لعبت وسائل الإعلام الرسمية دوراً حاسماً في تعريف جمهور أوسع بالمفاهيم الأساسية للتشكيك الإعلامي، لا سيما من خلال حملات الخدمة العامة. ونلاحظ بعض الأدلة على تزايد الوعي بأساليب التضليل الشائعة، مثل إغراء النقرات أو التلاعب العاطفي، لا سيما بين الأجيال الأكبر سنًا التي تعتمد بشكل أكبر على وسائل الإعلام التقليدية، ومع ذلك غالبًا ما تفتقر هذه المبادرات إلى التدريب العملي المستدام اللازم لتطوير مهارات التفكير النقدي العميق فالأمر يتعلق أكثر بما يجب تجنبه منه بكيفية التحليل.	حملات الخدمة العامة للتعريف بالمفاهيم الأساسية للتشكيك الإعلامي حملات لرفع الوعي بأساليب التضليل الشائعة مثل إغراء النقرات أو التلاعب العاطفي	B6 B7
Q4	P02	لقد أثرت جهود محو الأمية الإعلامية عبر وسائل الإعلام العراقية الرسمية إلى حد ما شرائح في الجمهور عبر تزويده بتقنيات أساسية للتحقق إذ قد يُجري الناس بشكل غريزي بحثًا سريعًا عن كلمات مفتاحية من منشور مشبوه. ورغم أن هذا لا ينجح دائمًا إلا أنه يُظهر تحولًا سلوكيًا نحو التحقق الأولي من الحقائق. علاوة على ذلك هناك اتجاه متزايد للنقاشات داخل العائلات والمجتمعات المحلية حول مصداقية المعلومات، لا سيما بفضل رسائل التوعية الإعلامية التي تُشدد على مخاطر "الأخبار غير المُتحقق منها.	تحولًا سلوكيًا نحو التحقق الأولي من الحقائق رسائل التوعية الإعلامية التحذيرية	B8 B9

جدول رقم (٣) مقابلة أجراها الباحث مع د موید خلف الدلیمي استاذ جامعي. رئیس قسم الاعلام. كلية الآداب جامعة الانبار.

رقم السؤال	رمز الباحث	نص المقابلة	استخراج المفاهيم مفتوحة	كود المحتوى
Q1	P03	تتكيف مؤسساتنا الإعلامية الرسمية ببطء مع العصر الرقمي. ورغم أن هذه الأطر لا تزال في طور التطور، إلا أنها تُقرّ بشكل متزايد بدور وسائل التواصل الاجتماعي والتضليل الإعلامي. غالبًا ما تتضمن الاستراتيجيات ورش عمل تدريبية للصحفيين داخل هذه المؤسسات، بهدف تزويدهم بالمهارات اللازمة لكشف الأخبار الكاذبة وتفنيدها. تُجرّب بعض المؤسسات المحتوى التفاعلي على الإنترنت أو حملات التواصل الاجتماعي للوصول إلى الجمهور الأصغر سنًا. ومع ذلك، يكمن التحدي الرئيسي في أن هذه الاستراتيجيات غالبًا ما تُركّز على التحذيرات العامة من الأخبار الكاذبة.	التكيف مع الإعلام الرقمي ورش عمل تدريبية المحتوى التفاعلي على الإنترنت/حملات التواصل الاجتماعي استراتيجيات التحذيرات العامة من الأخبار الكاذبة.	C1 C2 C3 C4
Q2	P03	أكبر عقبة في المجال الرقمي هي انتشار مصادر الأخبار البديلة، غير المنظمة في كثير من الأحيان، وغرف الصدى التي تُنشئها على وسائل التواصل الاجتماعي. تُكافح المؤسسات الإعلامية الرسمية لاختراق فقاعات المعلومات الشخصية للغاية هذه، كذلك هناك عجز كبير في البنية التحتية التكنولوجية في أجزاء كثيرة من العراق، مما يحد من الوصول إلى إنترنت موثوق ومحتوى رقمي عالي الجودة، مما يُعيق نطاق مبادرات محو الأمية الإعلامية على الإنترنت. وأخيرًا، فإن نقص تحليلات البيانات المتطورة وآليات ردود فعل الجمهور يمنع المؤسسات من تصميم وتقييم جهود محو الأمية الإعلامية بفعالية."	انتشار مصادر الأخبار غير المنظمة/غرف الصدى ضعف البنية التحتية التكنولوجية نقص تحليلات البيانات المتطورة	C5 C6 C7
Q3	P03	يكون التأثير متفاوتًا إلى حد كبير في المجال	– تعزيز العادات النقدية	C8

		الرقمي بالنسبة للأفراد الذين يتمتعون بالفعل بخبرة رقمية إلى حد ما، فقد عززت جهود وسائل الإعلام الرسمية عاداتهم النقدية القائمة وعرّفتهم على مصادر التحقق من الحقائق الرسمية، وبالنسبة لعامة الناس وخاصةً أولئك المنغمسين بشدة في خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي، غالبًا ما تطغى الشبكات الشخصية وغرف الصدى على هذا التأثير. وغالبًا ما تمنع فجوة الثقافة الرقمية الناس من الاستفادة الكاملة من الأدوات الأساسية التي يُفترض أن يتم تدريسها.	الحالية للمستخدمين المتمرسين رقميًا. – التعريف بمصادر التحقق من الحقائق الرسمية.	C9
Q4	P03	لاحظنا على المنصات الرقمية تغيرًا سلوكيًا محدودًا ولكنه مهم في كيفية تفاعل بعض المستخدمين مع المحتوى. هناك زيادة طفيفة في استخدام ميزات "الإبلاغ" على وسائل التواصل الاجتماعي للمحتوى الكاذب أو الضار بشكل واضح، خاصةً عند تقديم إرشادات أو أمثلة محددة من القنوات الرسمية. لقد عززت الجهود المبذولة بشكل رئيسي سلوكاً دفاعياً سلبياً – "لا تنخدع" وربما "أبلغ عنه إذا كان فادحًا" – بدلاً من المشاركة الفعالة في مكافحة المعلومات المضللة على نطاق أوسع.	– تغيير سلوكي محدود ومؤثر في التفاعل مع المحتوى. – ارتفاع بسيط في نسبة استخدام ميزات "الإبلاغ" على وسائل التواصل الاجتماعي. – تعزيز السلوك الدفاعي السلبي بدلاً من المشاركة الفعالة في مكافحة المعلومات المضللة.	C10 C11 C12

جدول رقم (٤) مقابلة أجراها الباحث مع د. محمد وليد صالح استاذ العلاقات العامة. الجامعة العراقية كلية الاعلام.

رقم السؤال	رمز الباحث	نص المقابلة	استخراج المفاهيم مفتوحة	كود المحتوى
Q1	P04	تعكس "أطر" محو الأمية الإعلامية في المؤسسات العراقية الرسمية نموذج تواصل من أعلى إلى أسفل، حيث تهدف المؤسسات إلى إعلام وتوجيه الرأي العام، متجاهلةً الدور الفعال للجمهور كمستهلكين ومنتجين للمعلومات. تُصمّم الاستراتيجيات عادةً لـ"تحصين" الجمهور ضدّ	– تدفق المعلومات أحادي الاتجاه من المؤسسات إلى الجمهور، مع مشاركة ثنائية الاتجاه محدودة. – استراتيجية التحصين	D1

		الروايات الضارة، وخاصةً المحتوى المتطرف، بدلًا من تعزيز القدرات التحليلية المستقلة في جميع أنواع وسائل الإعلام. غالبًا ما يكون هناك افتراض ضمني بوجود جمهور سلبي. على الرغم من وجود بعض برامج التوعية، إلا أنها غالبًا ما تكون منفصلة عن عادات الاستهلاك اليومي لوسائل الإعلام العامة.	بدلاً من تعزيز الثقافة الإعلامية العامة.	D2
Q2	P04	تتجذر التحديات بعمق من الناحية الاجتماعية فهناك تفضيل ثقافي قوي للتقاليد الشفهية والشبكات الشخصية الموثوقة على التحقق من المعلومات من المصادر الرسمية، وخاصةً فيما يتعلق بالمواضيع الحساسة. وهذا يجعل جهود محو الأمية الإعلامية من أعلى إلى أسفل أقل تأثيرًا. كما أن تشتت المشهد الإعلامي، مع تعدد المنافذ السياسية والطائفية، يخلق "عجزًا في الثقة" حيث لا تصدق الجماعات المختلفة إلا قنواتها المفضلة، مما يجعل من الصعب إيصال رسالة محو الأمية الإعلامية الموحدة. وأخيرًا، غالبًا ما يُضعف التدخل السياسي والرقابة الذاتية داخل وسائل الإعلام الرسمية الحياد والموضوعية المُتصورة لمحتواها الإعلامي، مما يحد من فعاليتها في التأثير الفعلي على سلوك التواصل العام."	– التفضيل الثقافي للتقاليد الشفهية/الشبكات الشخصية. – تشتت المشهد الإعلامي. – التدخل السياسي/الرقابة الذاتية.	D3 D4 D5
Q3	P04	يتأثر التقييم النقدي بشكل كبير بالثقة الاجتماعية والروايات المجتمعية. قد تُقنع جهود وسائل الإعلام الرسمية الأفراد بالتشكيك في المعلومات التي تتعارض مع رواية الدولة، لكنها أقل فعالية في تعزيز التشكيك المستقل والواسع النطاق تجاه جميع مصادر المعلومات. ولا يزال العديد من العراقيين يُعطون الأولوية للمعلومات الصادرة عن قادة المجتمع الموثوق بهم، أو العائلات، أو المنافذ الطائفية/السياسية المحددة، على التصريحات الرسمية، بغض النظر عن حملات	– التأثير المُتوسط من خلال الثقة الاجتماعية والروايات المجتمعية. – تعزيز الوعي النقدي القائم على الولاءات.	D6 D7

		التوعية الإعلامية. لذا، فبينما قد يكون هناك "وعي نقدي" سطحي، إلا أنه غالبًا ما يُطبق بشكل انتقائي بناءً على الولاءات والمعتقدات السابقة، بدلًا من منظور نقدي شامل.		
Q4	P04	شجعت جهود محو الأمية الإعلامية التي تبذلها وسائل الإعلام الرسمية، على سلوكٍ قد يدفع الأفراد إلى التحقق من المعلومات مع شيوخ المجتمع أو الشخصيات الدينية الموثوقة قبل تصديقها أو مشاركتها، خاصةً إذا كان المحتوى يتعلق بقضايا اجتماعية أو سياسية حساسة. كما أن هناك اتجاهًا ناشئًا يتمثل في رغبة الناس في الانسحاب بصمت من المناقشات عبر الإنترنت أو إلغاء متابعة الحسابات التي تنشر باستمرار ما تُعرّفه وسائل الإعلام الرسمية على أنه محتوى كاذب، ولكن "الرد" المباشر على المعلومات الكاذبة أو تحديها، خاصةً إذا كانت تتماشى مع هوية الفرد الجماعية أو تأتي من مصدر موثوق داخل الجماعة، لا يزال نادرًا بسبب التماسك الاجتماعي القوي وتجنب الصراعات الداخلية."	– تعزيز السلوك الاستقصائي للتحقق من المعلومات – الانسحاب الصامت من مناقشات المحتوى الكاذب على الإنترنت. – إلغاء متابعة الحسابات التي تشارك محتوى كاذباً.	D8 D9 D10

المفاهيم المحورية وترميزاتها

ترتيب السؤال	المفاهيم المحورية	الرموز
١	أطر ارتجالية تفاعلية والافتقار إلى سياسة وطنية قوية ومخصصة للتربية الإعلامية، واستراتيجيات تحذيرية تحصينية.	A1, A3, A4, B1, B2, D2, C3, C4
٢	نقص الموارد المادية والبشرية والتكنولوجية والثقافة الرقمية والحاجة لمنهج وطني موحد للثقافة الإعلامية في المدارس والتدخل السياسي وضعف ثقة الجمهور.	A5, A6, B3, B4, B5, C6, D5
٣	تأثير مهم ومحدود عبر حملات لرفع الوعي وتعزيز العادات النقدية الحالية ومعرفة مصادر التحقق ومن خلال الثقة الاجتماعية.	A8, B6, B7, C8, C9, D6
٤	اعتماد القنوات الإخبارية الرسمية والتحول السلوكي في التفاعل مع المحتوى والتحقق منه وتنامي سلوكيات الإبلاغ والانسحاب الصامت وإلغاء المتابعة.	A10, B8, C10, C11, C12, D8, D9, D10

المفاهيم الانتقائية لإجابات الخبراء

	المفاهيم الانتقائية	المفاهيم الانتقائية المستخرجة
ما هي الأطر والاستراتيجيات والتحديات الحالية لتطبيق مبادرات محو الأمية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية العراقية الرسمية الهادفة إلى التأثير على سلوك التواصل العام؟	هل يمكنك وصف الأطر أو الاستراتيجيات الحالية المستخدمة في المؤسسات الإعلامية العراقية لتصميم وتنفيذ مبادرات محو الأمية الإعلامية الموجهة للجمهور العراقي؟	– الارتجالية والتفاعلية. –الاعتماد على التمويل الخارجي/الشراكات الدولية. – غياب سياسة وطنية قوية ومخصصة للتربية الإعلامية. – استراتيجية التحصين بدلاً من تعزيز الثقافة الإعلامية العامة. – استراتيجيات التحذيرات العامة من الأخبار الكاذبة.
	ما هي التحديات أو العقبات الرئيسية التي تواجه المؤسسات الإعلامية العراقية عند محاولة تطبيق مبادرات محو الأمية الإعلامية هذه بفعالية والتأثير على سلوك التواصل العام في العراق؟	– نقص الموارد. – ضعف ثقة الجمهور – ضعف الثقافة الرقمية – مناهج الثقافة الإعلامية في المدارس – ضعف التقنيات الرقمية – المشهد الإعلامي المشتت. – عدم الاستقلالية.
كيف تؤثر جهود محو الأمية الإعلامية المنشورة عبر وسائل الإعلام العراقية الرسمية على قدرة الجمهور العراقي على التمييز النقدي والاستجابة لسلوكيات التواصل في تحديد المحتوى المزيف ومواجهته؟	كيف أثرت جهود محو الأمية الإعلامية المنشورة عبر وسائل الإعلام العراقية الرسمية على قدرة الجمهور على تقييم المعلومات التي يتلقونها وفهمها بشكل نقدي؟	– تأثير محدود وجوهري عبر حملات تثقيفية بالمحتوى المزيف. – تطوير العادات النقدية الرقمية للجمهور. – تحديد مصادر التحقق من الحقائق الرسمية. – الثقة الاجتماعية. – بناء الوعي النقدي المبني على الولاءات.
	بأي طرق أثرت جهود محو الأمية الإعلامية عبر وسائل الإعلام العراقية الرسمية على سلوكيات الاتصال العامة، وخاصة فيما يتعلق بأفعالهم في تحديد المحتوى المزيف أو المضلل والرد عليه؟	– التوجه نحو الإعلام الرسمي. – رسائل التوعية الإعلامية التحذيرية – تعديل سلوكيات التفاعل مع المحتوى. – تبني السلوك الدفاعي السلبي بدلاً من المكافحة الحقيقية للمعلومات المضللة. – تقوية السلوك الاستقصائي للتحقق من المعلومات. – رفع مستوى سلوكيات الإبلاغ والانسحاب الصامت وإلغاء متابعة الحسابات التي تشارك محتوى كاذباً.

الخاتمة:

أصبحت التربية الإعلامية ومحو الإعلامية ضرورة وطنية ملحة بهدف إعادة تشكيل السلوك الاتصالي للجمهور في ظل انتشار المضامين المزيفة، وفي هذا السياق تناولت الدراسة التربية الإعلامية كمدخل لإعادة تشكيل السلوك الاتصالي في مواجهة المضامين المزيفة، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج وقدمت عدداً من التوصيات.

النتائج العامة ومناقشتها:

١- التحديات التي تواجه تطبيق مبادرات محو الأمية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية العراقية الرسمية

تعاني المؤسسات الإعلامية العراقية من غياب التخطيط المنهجي طويل المدى والاعتماد على الارتجال والاستجابة للأزمات بدلاً من اتباع استراتيجية شاملة واستباقية، كما تعتمد بشكل كبير على التمويل الخارجي والشركات الدولية. ويؤدي غياب رؤية وطنية إرشادية إلى تفكك المبادرات وعدم تنسيقها وافتقارها للدعم المؤسسي، حيث يفترض أن تقوم السياسة الوطنية بتحديد الأهداف وتخصيص الموارد وتشجيع التعاون بين القطاعات. كما تتبنى هذه المؤسسات نهجاً دفاعياً يركز على تحصين الجمهور ضد تهديدات محددة بدلاً من تبني نهج تمكيني أوسع يطور مهارات التفكير النقدي وفهم النظم الإعلامية. وتواجه المؤسسات أيضاً نقصاً في الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية، مما يعيق تطوير البرامج الشاملة وتدريب الكوادر وإنتاج مواد عالية الجودة. بالإضافة إلى ذلك، هناك ضعف في ثقة الجمهور بالمؤسسات أو انتماءات سياسية، وضعف في الثقافة الرقمية لدى شريحة كبيرة من السكان، وغياب مناهج محو الأمية الإعلامية في المدارس، وضعف البنية التحتية الرقمية من حيث بطء الإنترنت وارتفاع تكلفته. وأخيراً، يتميز المشهد الإعلامي العراقي بالتجزئة والانتماءات السياسية والطائفية، مما يؤدي إلى غرف الصدى وفرط المعلومات، كما أن انعدام استقلالية المؤسسات الإعلامية بسبب سيطرة الحكومة أو الانتماء الحزبي يقوض مصداقيتها كمعلمين محايدين في مجال محو الأمية الإعلامية.

٢- تأثير جهود محو الأمية الإعلامية على قدرة الجمهور العراقي في تحديد المحتوى المزيف

أظهرت الدراسة أن لجهود محو الأمية الإعلامية المنشورة عبر وسائل الإعلام العراقية الرسمية تأثيراً محدوداً وجوهرياً من خلال الحملات التثقيفية التي تستهدف تحديد المحتوى المزيف، حيث تكون فعالة في تعليم الجمهور المستهدف كيفية تحديد المعلومات الكاذبة، لكنها قد لا تصل إلى جمهور واسع بما يكفي أو تحدث تغييراً أعمق في عادات التقييم النقدي. ساهمت هذه الجهود في

تنمية عادات رقمية حاسمة مثل تعليم الجمهور التحقق من المصادر والتعرف على المحتوى المتلاعب به، كما وجهت الجمهور نحو سبل موثوقة للتحقق من الحقائق. كان هناك تأثير متوسط لجهود محو الأمية الإعلامية من خلال غرس الثقة الاجتماعية والروايات المجتمعية، حيث تزداد فعالية هذه الجهود عندما تحظى وسائل الإعلام الرسمية بالثقة، كما ساهم الإعلام الرسمي في بناء الوعي النقدي المبني على الولاءات وعدم استقلالية المؤسسات. أثرت هذه الجهود على سلوكيات الاتصال العامة من خلال زيادة التوجه نحو الإعلام الرسمي كمصدر للتحقق، وزيادة اليقظة والرسائل التحذيرية، وتعديل سلوكيات التفاعل مع المحتوى نحو المزيد من التروي والعمق. ومع ذلك، أدت هذه الجهود في بعض الأحيان إلى تبني الجمهور لسلوكيات دفاعية سلبية مثل إلغاء المتابعة أو تجاهل المحتوى المشبوه بدلاً من المواجهة النشطة للمعلومات المضللة. كما ساهمت في تعزيز السلوك الاستقصائي للتحقق من المعلومات عند مواجهة محتوى مشبوه.

التوصيات:

– على الباحثين إجراء مزيد من الأبحاث حول التربية الإعلامية في السياق الرقمي في ظل التحول الرقمي الكبير وما يترتب عليه من فرص وتحديات، بالإضافة إلى تطوير الإطار المعرفي حول المضامين المزيفة ومصادرها وأدوات نشرها وطرق اكتشافها ومواجهتها.

– على المسؤولين في قطاع الإعلام العراقي بالتعاون مع المسؤولين في قطاع التربية والتعليم وضع استراتيجيات وسياسات مشتركة لإرساء دعائم التربية الإعلامية الجيدة في المجتمع العراقي.

– يتوجب على الجهات المعنية تطوير مناهج التربية الإعلامية على مستوى مختلف مراحل التعليم.

الهوامش

[1] ضيف، ٢٠٢٤، التربية الإعلامية والتصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية: نموذج عملي للتصدي، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم – كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد ١١، العدد٤.

[2] الربابعة، عبيدة علي محمد، ٢٠٢٢، دور التربية الإعلامية في التوعية من خطر الشائعات لدى الشباب الأردني، المجلة المصرية لبحوث الإعلام جامعة القاهرة – كلية الإعلام، العدد ٨٠.

[3] De Almeida, M. R., Enjiu, L. M., Júnior , C. P., Sousa, D. T. O., & Costa, A. L. R. (2025). Media education and the fight against Fake News: Preparing Students for Critical Thinking. Rivesta Arace, 7(2). https://doi.org/10.56238/arev7n2-042.

[4] Frau-Meigs, D., Corbu, N., & Osuna-Acedo, S. (2025). Fighting disinformation through media literacy: From current practices to policy making in Europe. In Media: The French Journal of Media Studies, 10. https://doi.org/10.4000/145d6.

[5] Lazer, D. M. J., Schudson , M., Sloman, S. A., Sunstein , C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news Addressing fake news requires a multidisciplinary effort. Sciencemag.org SCIENCE, 359(6380). P1094.

[6] L Rodríguez-Fernández (2019): "Disinformation and organisational communication: A study of the impact of fake news". Revista Latina de Comunicación Social, p1715، http://www.revistalatinacs.org/074paper/1406/89en.html DOI:10.4185/RLCS-2019-1406en.

[7]Mridha, M. F., Jannat, K. A., Md. Abdul, H., Mostafa, M. M., & Md. Saifur, R. (2016). A Comprehensive Review on Fake News Detection With Deep Learning Show affiliations. IEEE Access, 4. P2. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.312932.

[٨] عبد المجيد، همت حسن، ٢٠١٠، دراسات في نظريات الإعلام، دار مصر العربية للنشر والتوزيع السلسلة: الإعلام والاتصال، ص١٢٩.

[9] The International Encyclopedia of Health Communication, (2022). Framing: Media., 1-6.doi:10.1002/9781119678816.iehc0641.

[10] Wolff, J. R., LoBue, A., & Rebell, M. A. (2020). Developing Digital Citizens Media Literacy Education for ALL Students. Projectlooksharp.pp2-3.

[11] Scharrer, E., & Zhou, Y. (2022). Media Literacy and Communication. Oxford Research Encyclopedias. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.1304. P2.

[١٢] الشهري، عبد العزيز (٢٠١٧). واقع تفعيل القيادة المدرسية للتربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة المتوسطة الحكومية بمدينة الرياض. رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض. ص١١.

[13] Pérez Tornero, J. M. (2008). Media Literacy. New Conceptualisation, New Approach. In Empowerment through Media Education and Intercultural Dialogue (1 ed., p108). https://ddd.uab.cat/record/220411.

[14] Korneeva, A. (2018). Communicative behavior as the way of expressing cultural identity. SHS Web of Conferences, 55. Pp2-4. https://doi.org/10.1051/shsconf/20185502025.

المصادر:

المصادر العربية:

١.الحسين الحمداني، بشرى (٢٠١٥). التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية. عمان: دار وائل للنشر. ط١. ص٩١.

٢.الشهري، عبد العزيز (٢٠١٧). واقع تفعيل القيادة المدرسية للتربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة المتوسطة الحكومية بمدينة الرياض. رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض. ص١١.

٣.الربابعة، عبيدة علي محمد، ٢٠٢٢، دور التربية الإعلامية في التوعية من خطر الشائعات لدى الشباب الأردني، المجلة المصرية لبحوث الإعلام جامعة القاهرة – كلية الإعلام، العدد ٨٠.

٤.ضيف، ٢٠٢٤، التربية الإعلامية والتصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية: نموذج عملي للتصدي، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم – كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد ١١، العدد٤.

٥.عبد المجيد، همت حسن، ٢٠١٠، دراسات في نظريات الإعلام، دار مصر العربية للنشر والتوزيع السلسلة: الإعلام والاتصال، ص١٢٩.

6.De Almeida, M. R., Enjiu, L. M., Júnior , C. P., Sousa, D. T. O., & Costa, A. L. R. (2025). Media education and the fight against Fake News: Preparing Students for Critical Thinking. Rivesta Arace, 7(2).

7.Frau-Meigs, D., Corbu, N., & Osuna-Acedo, S. (2025). Fighting disinformation through media literacy: From current practices to policy making in Europe. In Media: The French Journal of Media Studies, 10.

8.Korneeva, A. (2018). Communicative behavior as the way of expressing cultural identity. SHS Web of Conferences, 55. Pp2-4.

9.L Rodríguez-Fernández (2019): "Disinformation and organisational communication: A study of the impact of fake news". Revista Latina de Comunicación Social, p1715، DOI:10.4185/RLCS-2019-1406en.

10.Lazer, D. M. J., Schudson , M., Sloman, S. A., Sunstein , C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news Addressing fake news requires a multidisciplinary effort. Sciencemag.org SCIENCE, 359(6380). P1094.

11.Mridha, M. F., Jannat, K. A., Md. Abdul, H., Mostafa, M. M., & Md. Saifur, R. (2016). A Comprehensive Review on Fake News Detection With Deep Learning Show affiliations. IEEE Access, 4. P2.

12.Pérez Tornero, J. M. (2008). Media Literacy. New Conceptualisation, New Approach. In Empowerment through Media Education and Intercultural Dialogue (1 ed., p108). https://ddd.uab.cat/record/220411.

13.Scharrer, E., & Zhou, Y. (2022). Media Literacy and Communication. Oxford Research Encyclopedias. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.1304. P2.

14.The International Encyclopedia of Health Communication, (2022). Framing: Media., 1-6.doi:10.1002/9781119678816.iehc0641.

15.Wolff, J. R., LoBue, A., & Rebell, M. A. (2020). Developing Digital Citizens Media Literacy Education for ALL Students. Projectlooksharp.pp2-3.